



Graphic Standard Manual

Pedoman Aplikasi Identitas Visual

2024



2024 © Venny

Printed and bound in Indonesia

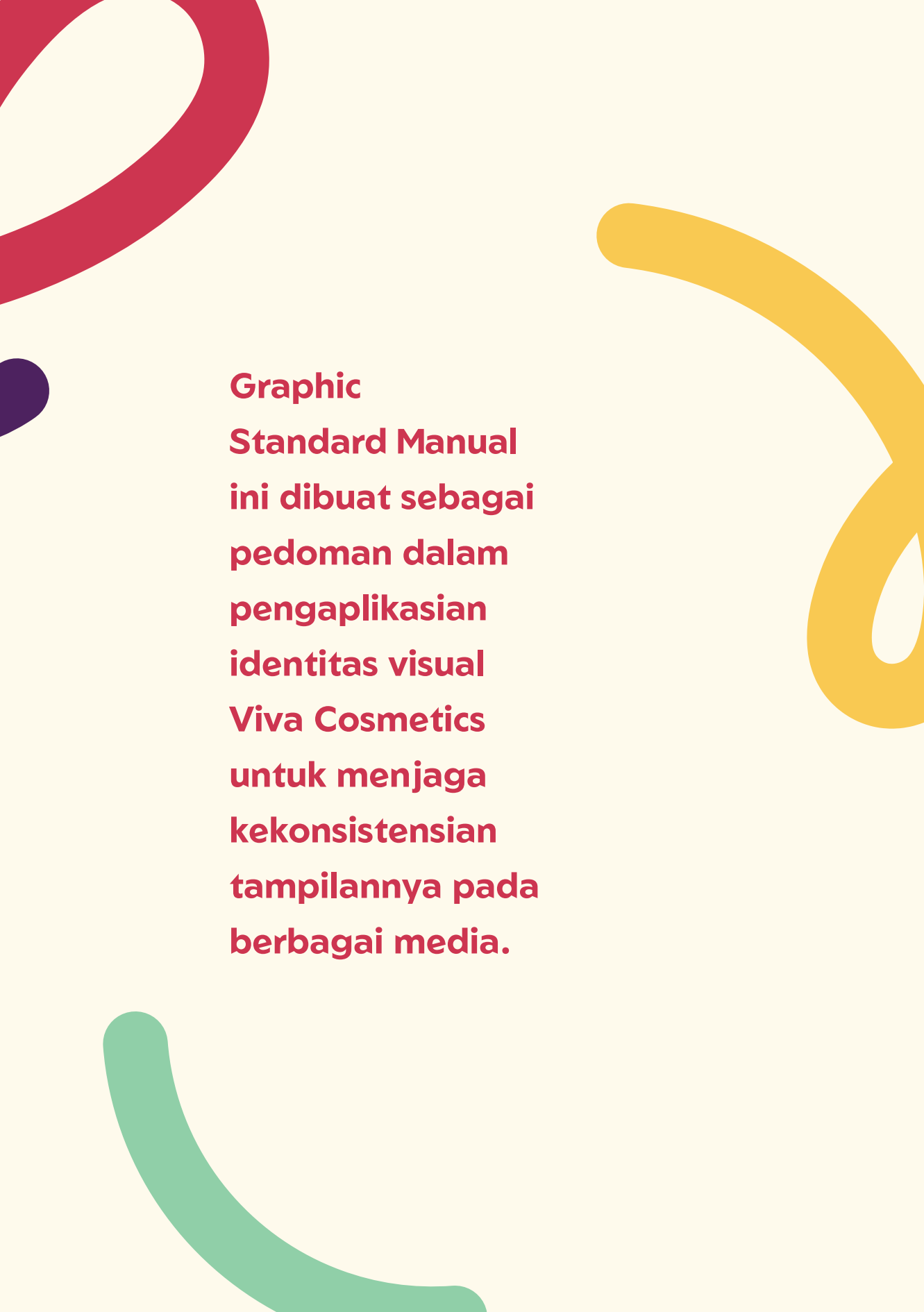
ALL RIGHTS RESERVED. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, without prior permission in writing from the author, except in the case of quotations used in a book or scholarly journal.

For permission request, contact:

Venny
vennyhng@gmail.com







**Graphic
Standard Manual
ini dibuat sebagai
pedoman dalam
pengaplikasian
identitas visual
Viva Cosmetics
untuk menjaga
kekonsistensian
tampilannya pada
berbagai media.**

Table of Contents

01

(08-15)

Brand Overview

Brand Story	10
Brand Value	12
Brand Personality	12
Brand Statement	13
Tone of Voice	13
Brand Mantra	14
Big Idea	15



02

(16-49)

03

(50-98)

Applications

Stationery	52
Uniform	62
Packaging	68
Advertising	85
Ephemera	91

Visual Identity

Logo	18
Colours	26
Typography	32
Supergraphic	34
Iconography	44
Imagery	46

01.





Brand Overview

Brand Story

Brand Value

Brand Personality

Brand Statement

Tone of Voice

Brand Mantra

Big Idea

Brand Story

Viva Cosmetics merupakan brand kosmetik lokal pertama di Indonesia yang menyebutkan “Made in Indonesia”.

1962

PT General Indonesian Producing Centre

Awalnya, Viva Cosmetics diproduksi oleh perusahaan farmasi PT General Indonesian Producing Centre.

1964

PT Paberik Pharmasi Vita

PT General Indonesian Producing Centre kemudian berganti nama menjadi PT Paberik Pharmasi Vita.

1998

PT Vitapharm

Akhirnya, perusahaan yang berpusat di Surabaya ini berganti nama menjadi PT Vitapharm yang saat ini dikenal oleh masyarakat.

2008

Sertifikat CPKB

Viva Cosmetics menerima sertifikat Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) untuk produknya.

Vision

Menjadi perusahaan kosmetik tropis terkemuka yang dapat dipercaya oleh masyarakat global.

Mission

- 1 Menghasilkan produk kosmetik yang unggul dan dapat memenuhi kebutuhan kulit tropis melalui kerjasama dalam penelitian.
- 2 Menghasilkan produk berkualitas, menjalin kemitraan dengan pihak lain.
- 3 Menjaga keberlanjutan usaha melalui peningkatan kemampuan karyawan.
- 4 Menawarkan produk kosmetik, jasa perawatan, serta informasi yang terjangkau dan sesuai dalam perawatan kulit sehat.
- 5 Turut berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan dengan mengikuti regulasi yang ada.

Brand Value

Tropical-friendly

Penyediaan produk perawatan kulit yang dapat memenuhi kebutuhan kulit tropis wanita Indonesia.

Authenticity

Memanfaatkan bahan-bahan alami khas Indonesia seperti bengkoang dalam pembuatan produk kosmetiknya.

Inclusivity

Menghadirkan produk kosmetik yang mudah dijangkau oleh masyarakat, baik dari segi harga atau kemudahan aksesnya.

Brand Personality

Friendly & Approachable

Menyediakan produk dan layanan kecantikan yang mudah diakses dan bersahabat.

Trustworthy

Telah beroperasi selama 62 tahun serta berkomitmen untuk terus berkembang sehingga dapat dipercaya masyarakat global.

Innovative

Berupaya menghadirkan produk-produk baru yang disesuaikan dengan perkembangan tren kecantikan masyarakat.

Brand Statement

“Our self-care products are the only beauty solution for your tropical skin, enhancing confidence and natural beauty.”

Tone of Voice

Passionate

Berkomitmen dalam menyediakan produk perawatan kulit tropis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Intimate

Memahami kebutuhan kulit tropis konsumennya, diharapkan Viva Cosmetics dapat membangun hubungan yang dekat dengan konsumen.

Reliable

Menyediakan informasi yang jelas dan dapat dipercaya, sesuai dengan tujuannya dalam menjadi brand kosmetik andalan yang dapat dipercaya masyarakat.

Brand Mantra

¹ Beauty

Brand
Function

Kosmetik digunakan untuk menjaga perawatan kulit dan meningkatkan penampilan seseorang.

² Tropical

Descriptive
Modifier

Viva Cosmetics menyediakan produk yang diformulasikan khusus untuk memenuhi kebutuhan kulit tropis.

³ Confident

Emotional
Modifier

Dengan penggunaan produk kosmetik yang sesuai dengan kebutuhan kulit tropis, konsumen dapat merasa lebih nyaman dan percaya diri.

Big Idea



Bloom in the Tropics


...menggambarkan perubahan menuju
kepercayaan diri.

“Bloom” memiliki arti mekar, berarti lebih dari sekadar kecantikan yang tampak dari luar, ia juga mencerminkan proses “mekar” dari dalam.

Dengan produk Viva Cosmetics yang dirancang khusus untuk kulit tropis, wanita Indonesia tidak hanya tampil lebih cantik, tetapi juga merasa nyaman dan percaya diri karena menggunakan produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit mereka, layaknya bunga yang bermekaran dengan indah di iklim tropis.

02.





Visual Identity

Logo

Colours

Typography

Supergraphic

Iconography

Imagery

The Logo



Logo Rational

Logo Viva Cosmetics terdiri atas gabungan antara logogram dan logotype.



Logogram

Menggambarkan bunga mekar di iklim tropis.

Logotype

Penggunaan typeface humanis dengan ujung yang membulat dan lancip, memberikan kesan lembut dan alami.

Logo Philosophy



Flower Bud

Bunga yang masih kuncup dan belum melalui proses mekar, merepresentasikan titik awal perjalanan menuju kepercayaan diri dan kecantikan.



Bloomed Flower

Bentuk utama logo yang menyerupai bunga yang mekar dan telah melewati perjalanan atau transformasi menuju kepercayaan diri.

Bentuk logo memiliki 4 makna: bunga kuncup, bunga mekar, transformasi dan perkembangan, serta huruf “V” dan hati.



Transformation & Growth

Garis yang melengkung ke atas, menggambarkan transformasi dan perkembangan dari luar maupun dalam diri.



“V” Letter & Heart

Huruf “V” untuk merepresentasikan nama “Viva”, berbentuk hati untuk merepresentasikan rasa self-love.

Logo Configurations

¹ Vertical

Logo utama Viva Cosmetics merupakan logo dengan konfigurasi vertical, mempertimbangkan tampilan logogram yang terlihat jelas.



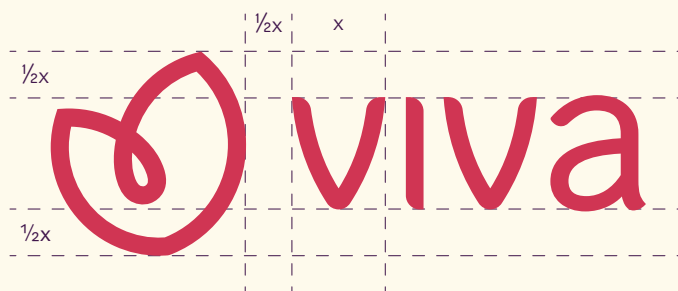
² Horizontal

Logo dengan konfigurasi horizontal, yang merupakan logo sekunder, digunakan pada media tertentu ketika pengaplikasian logo utama kurang efektif.



Logo Proportions

Penentuan proporsi menggunakan grid dilakukan agar elemen pada logo terlihat seimbang dan konsisten dalam pengaplikasiannya.



Logo Clear Space

Untuk memastikan logo tetap terlihat jelas dan tidak terganggu oleh elemen visual lain, diperlukan area ruang kosong di sekelilingnya.

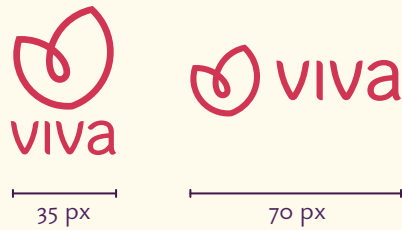
v = viva



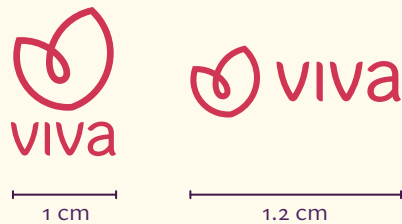
Logo Minimum Size

Agar keterbacaan logo dapat tetap terjaga, hindari penggunaan logo di bawah ukuran yang telah ditentukan untuk memastikan visibilitasnya.

¹ Digital



² Print

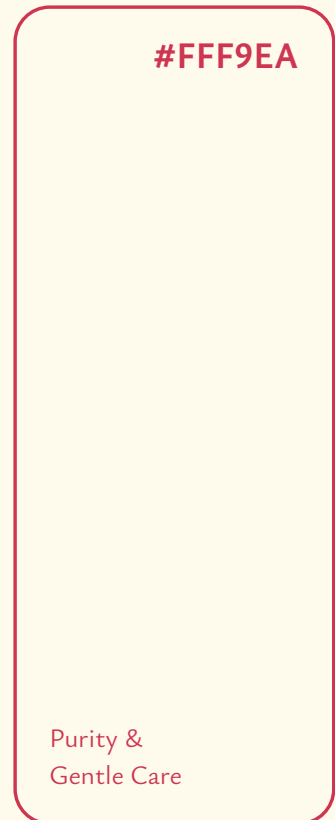


Colours



Hibiscus Red

CMYK: 15, 93, 64, 3
RGB: 204, 56, 80

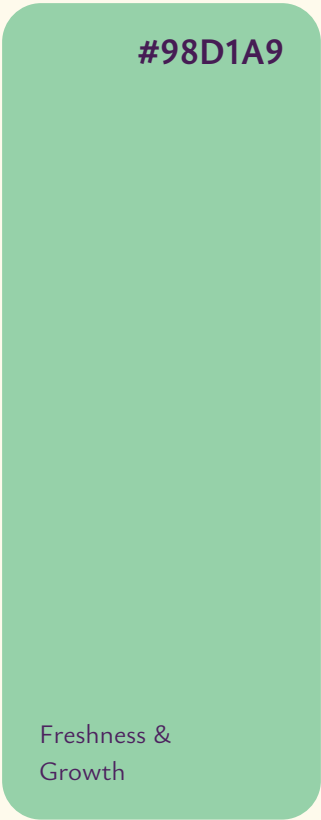


Jasmine White

CMYK: 0, 1, 8, 0
RGB: 255, 249, 234

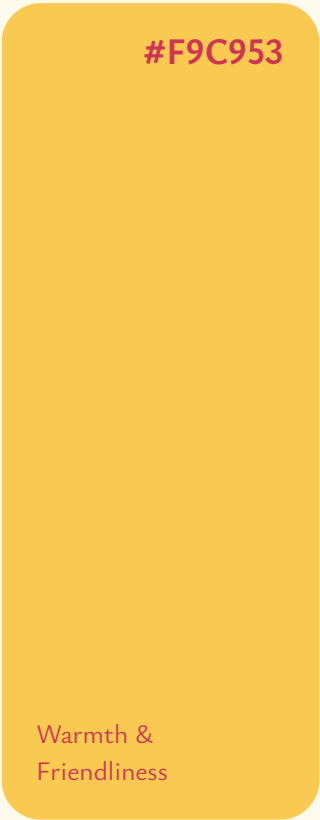
Viva Cosmetics menggunakan 5 warna yang terinspirasi dari bunga tropis, yaitu merah, beige, hijau, kuning, dan ungu, dengan pemilihan warna merah sebagai warna utama.

Warna bersifat cerah dan vibrant untuk menggambarkan intensitas sinar matahari tropis.



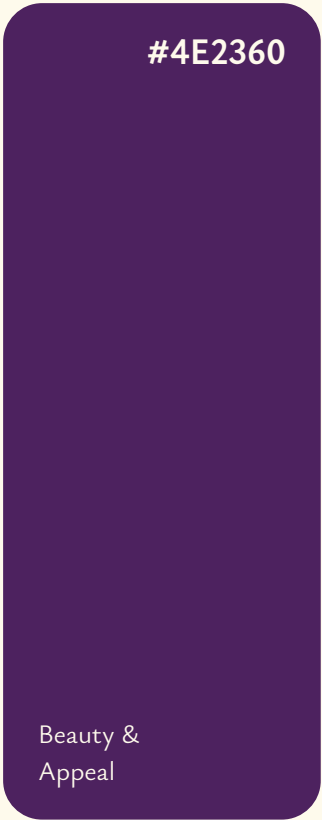
Green Leaves

CMYK: 42, 0, 43, 0
RGB: 152, 209, 169



Frangipani Yellow

CMYK: 2, 21, 78, 0
RGB: 249, 201, 83



Orchid Purple

CMYK: 80, 99, 31, 22
RGB: 78, 35, 96

Logo Color Variations

Primary Color

Logo Viva Cosmetics berwarna primer memanfaatkan penggunaan warna merah.



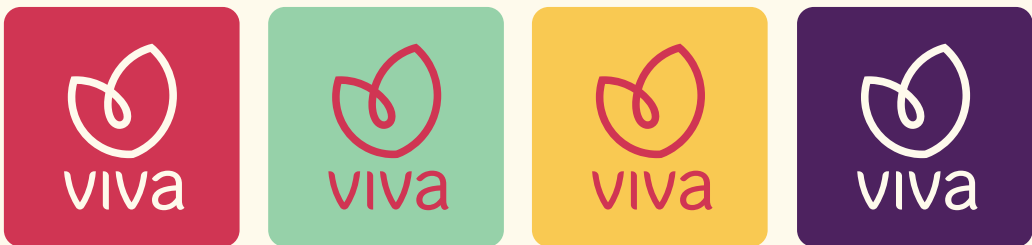
Secondary Color

Logo berwarna sekunder memanfaatkan penggunaan warna beige.



Dalam pengaplikasian logo, ditetapkan aturan penggunaan warnanya agar keterbacaan dan kejelasan logo selalu terjaga.

Colored Backgrounds



Selain pada latar berwarna beige, logo berwarna primer juga digunakan pada latar hijau dan kuning. Pada latar berwarna merah atau ungu, digunakan logo berwarna sekunder.

Monochromatic



Ketika penerapan logo berwarna tidak memungkinkan, digunakan pengaplikasian logo monochrome hitam dan putih.

Photo Backgrounds



Logo berwarna primer digunakan pada latar terang, sedangkan logo berwarna sekunder digunakan pada latar gelap.

Incorrect Logo Usage



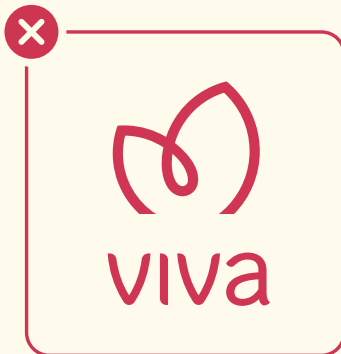
Jangan membalik logo



Jangan memiringkan logo



Jangan mendistorsi logo



Jangan memotong logo

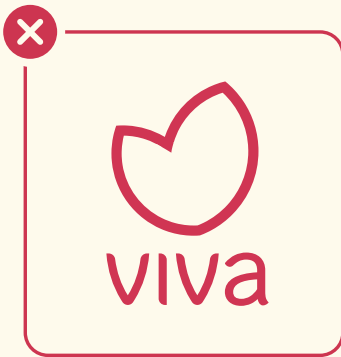


Jangan mengubah posisi logo



Jangan mengubah proporsi logo

Dalam pengaplikasian logo, terdapat beberapa aturan yang harus diperhatikan. Logo tidak boleh diubah, dimanipulasi, dipisahkan, atau dikomposisikan ulang.



Jangan menghilangkan elemen logo



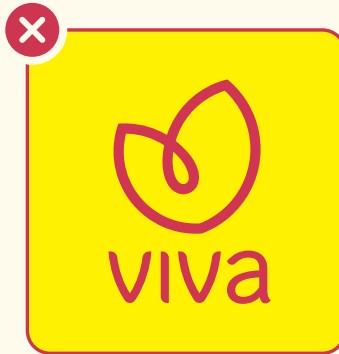
Jangan memberi bayangan pada logo



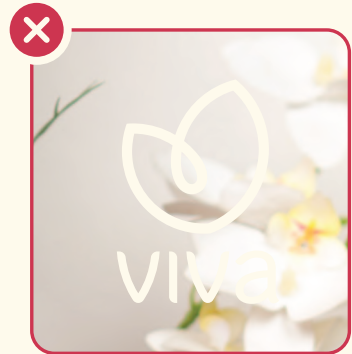
Jangan mengubah logo menjadi outline



Jangan memberi warna gradien pada logo



Jangan aplikasikan logo pada latar dengan warna yang tidak disarankan



Jangan aplikasikan logo dengan warna yang serupa dengan latar

Typography

Sahabat Kulit Tropis Anda

Perawatan yang Membuat Kulit Anda Merasa Istimewa

Sejak 1962, Viva Cosmetics telah menjadi bagian dari perjalanan kecantikan Anda. Kami berkomitmen untuk memberikan produk yang tidak hanya menjaga perawatan kulit, tetapi juga membantu Anda merasa percaya diri setiap hari.

Selain untuk menjaga kekonsistensian tampilannya dalam berbagai media, penggunaan typeface juga dapat menciptakan kesan yang ingin ditampilkan Viva Cosmetics.

Headline

Geom Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; " () / + - & ! ?

Geom Bold adalah typeface headline dari Viva Cosmetics. Berbentuk geometris dengan beberapa ujung yang tajam, typeface ini memberi kesan terpercaya dan berani.

Sub-headline

Body Text

Ysabeau

Bold
Bold Italic

Ysabeau

Regular
Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4
5 6 7 8 9 . , ; " () / + - & ! ?

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4
5 6 7 8 9 . , ; " () / + - & ! ?

Ysabeau merupakan typeface humanis yang memiliki bentuk lebih organis dan tidak kaku sehingga terkesan ramah dan approachable.

Supergraphic

¹ Primary Supergraphic





Supergrafis digunakan untuk mendukung dan memperkuat identitas Viva Cosmetics.

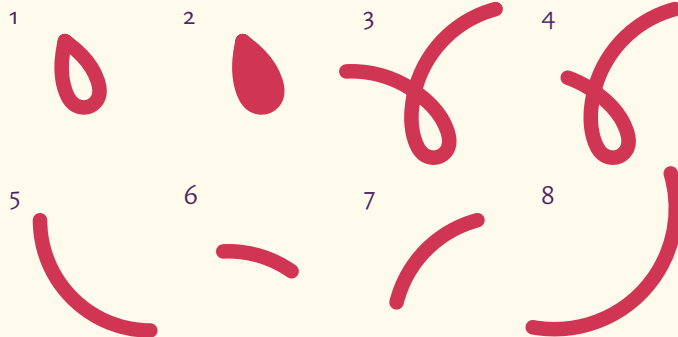
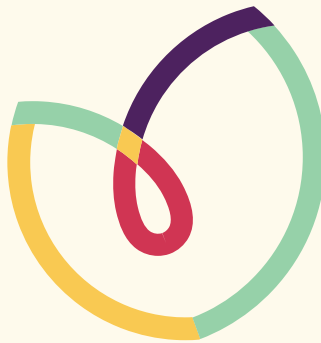
Supergrafis terdiri atas dua jenis, yaitu supergrafis primer dan sekunder dimana keduanya diadaptasi dari logo.

² Secondary Supergraphic



Supergraphic Story

Primary Supergraphic



Supergrafis utama didapatkan dari hasil stilasi logomark menjadi 8 variasi bentuk supergrafis yang kemudian dimodifikasi pada bagian ujungnya menjadi bulat (*rounded*) untuk menciptakan kesan yang lebih ramah dan lembut.

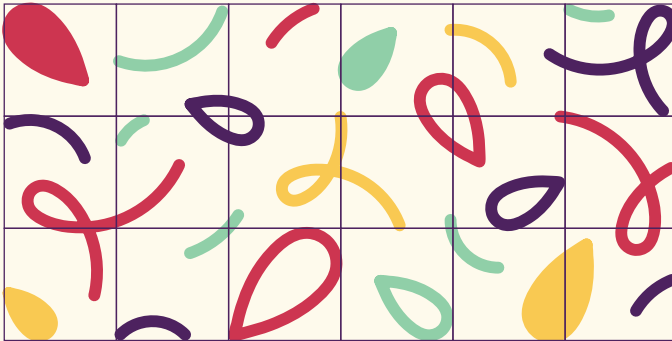
1-2: Flower Bud
3-8: Transformation Journey

Supergraphic Usage

¹ Elemen Pattern

Elemen pattern yang disediakan oleh Viva Cosmetics disusun menggunakan grid modular untuk memastikan setiap elemen tidak saling tumpang tindih.

Selain itu, brand guidelines juga menyediakan supergrafis dalam bentuk stroke yang dapat disesuaikan ketebalannya. Sebagai acuan, berikut adalah supergrafis dengan ketebalan stroke dan posisi yang dianggap paling ideal



Penyusunan supergrafis primer di luar pattern ini diperbolehkan, selama:

- Supergrafis tidak tumpang tindih atau diposisikan terlalu rapat (penyusunannya dapat memanfaatkan grid).
- Ukuran supergrafis boleh diperbesar atau diperkecil selama ketebalan stroke seluruh supergrafis tetap sama.
- Supergrafis menggunakan warna sesuai brand color.

Dalam penggunaannya, elemen supergrafis sebagai pattern dapat dipakai secara utuh, dikurangi sesuai kebutuhan, atau dipakai sebagian.

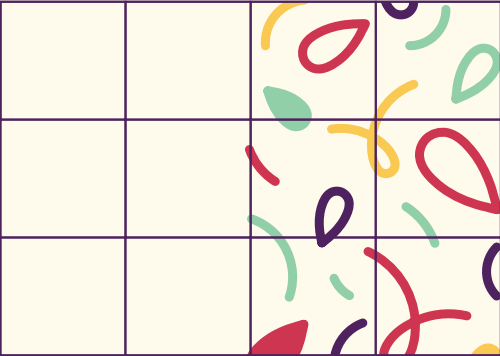


Dikurangi

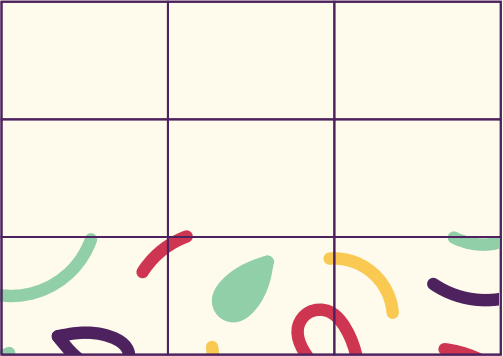


Dipakai sebagian

Elemen pattern dapat digunakan dengan proporsi maksimal 50% untuk menghindari tampilan yang terlalu ramai dan menjaga keterbacaan teks.



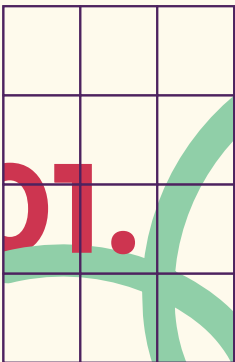
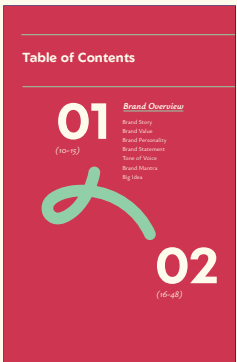
Penggunaan 50%



Penggunaan 33% (1/3 canvas)

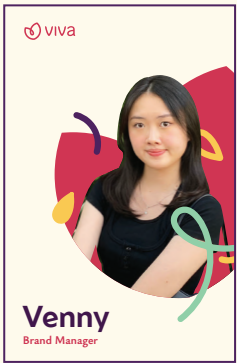
Keseluruhan penggunaan supergrafis harus tetap mengacu pada aturan di halaman 37.

2 Elemen Individu



- Kedelapan elemen grafis dapat digunakan secara individu dengan tetap memerhatikan penyusunannya sehingga tidak mengganggu keterbacaan atau kejelasan elemen penting lainnya.
- Proporsi maksimal penggunaan elemen individu yaitu 75% dari keseluruhan canvas.

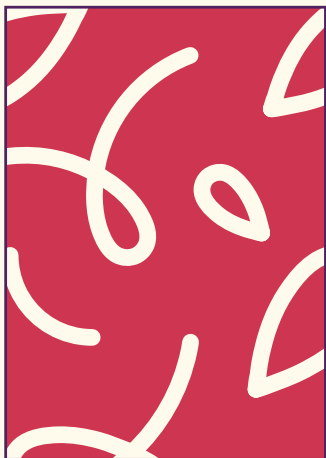
3 Susunan Abstrak



- Dapat digunakan lebih dari 1 elemen supergrafis yang disusun secara abstrak, memanfaatkan ruang kosong yang ada.
- Selain itu, supergrafis juga dapat diposisikan di depan atau belakang suatu objek selama penempatannya tidak mengganggu visibilitas dari objek tersebut.

Keseluruhan penggunaan supergrafis harus tetap mengacu pada aturan di halaman 37.

3 Sebagai Background



+
Opacity 9%
V



+
Opacity 8%
V



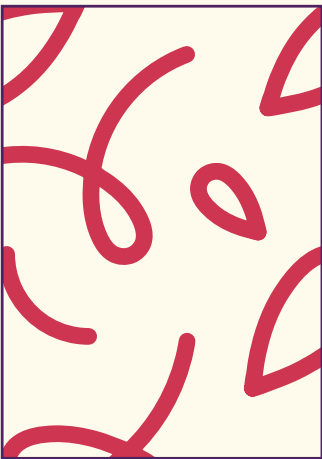
+
Opacity 6%
V



Supergrafis sebagai latar selalu menggunakan proporsi penggunaan 100% (memenuhi keseluruhan canvas).



+
Opacity 18%
v



+
Opacity 5%
v



- Pada latar berwarna merah, diaplikasikan supergrafis berwarna beige dengan opacity 9%.
- Pada latar berwarna kuning, diaplikasikan supergrafis berwarna merah dengan opacity 8%.
- Pada latar berwarna hijau, diaplikasikan supergrafis berwarna ungu dengan opacity 6%.
- Pada latar berwarna ungu, diaplikasikan supergrafis berwarna merah dengan opacity 18%.
- Pada latar berwarna beige, diaplikasikan supergrafis berwarna merah dengan opacity 5%.

Supergraphic Story

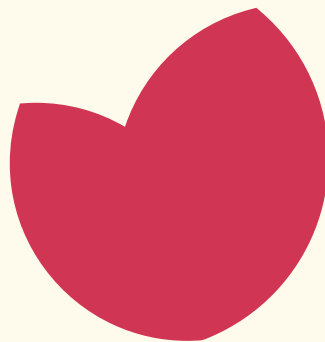
Secondary Supergraphic

Supergrafis sekunder jenis pertama yang merupakan versi outline berasal dari logogram.



Outlined Version

Supergrafis sekunder jenis kedua berasal dari logogram yang diberi fill.



Filled Version

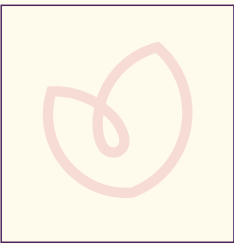
Supergraphic Usage

Supergrafis sekunder dapat digunakan secara penuh maupun terpotong, selama bentuknya tidak terdistorsi.

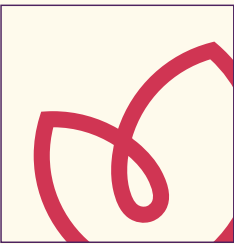
Supergrafis versi outlined dapat digunakan dengan opacity 100% atau 15% sesuai kebutuhan. Opacity 15% digunakan jika supergrafis dijadikan latar atau elemen pendukung sehingga tidak mengganggu fokus elemen penting lainnya.



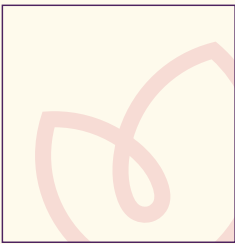
Opacity 100%
+ Tidak Terpotong



Opacity 15%
+ Tidak Terpotong

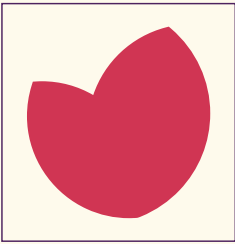


Opacity 100%
+ Terpotong



Opacity 15%
+ Terpotong

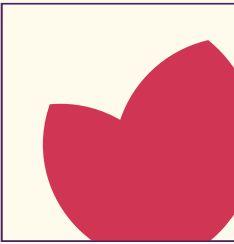
Supergrafis versi filled dapat digunakan sebagai background solid atau frame dengan penambahan karakter foto di dalamnya.



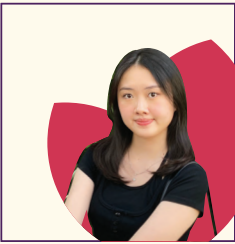
Solid Background
+ Tidak Terpotong



Frame Foto
+ Tidak Terpotong



Solid Background
+ Terpotong



Frame Foto
+ Terpotong

Iconography



Bentuk icons secara keseluruhan disesuaikan dengan logo, mempertahankan bentuk geometris dan berbentuk outline.

Terdapat 6 icons untuk merepresentasikan fungsi produk kosmetik secara umum, yaitu **hydrating** (melembabkan), **protection** (melindungi), **cleaning** (membersihkan), **regeneration** (regenerasi sel), dan **soothing** (menenangkan).



Hydrating



Protection



Cleaning



Regeneration



Brightening



Soothing

Icons digunakan sebagai penanda fungsi produk pada tampilan kemasan untuk memudahkan konsumen dalam mengenali manfaat utama setiap produk.

Pada bagian depan kemasan, hanya ditampilkan icons tanpa penjelasan keterangannya.



- Pada latar berwarna merah, icons diberi warna putih.
- Pada latar berwarna hijau, icons diberi warna merah.
- Pada latar berwarna beige, icons diberi warna merah.

- Pada latar berwarna kuning, icons diberi warna merah.
- Pada latar berwarna ungu, icons diberi warna kuning.

Pada bagian belakang kemasan, setiap icons yang digunakan diberi penjelasan sesuai fungsinya dengan pemberian warna yang berbeda antara icons dengan teks penjelasan.



Imagery

Imagery diperlukan untuk memperkuat identitas Viva Cosmetics dan membangun koneksi emosional dengan konsumen.



Penggunaan aset fotografi terdiri atas human dan product photography dengan ketentuan:

- Penggunaan warna latar disesuaikan dengan brand color.
- Model menampilkan ekspresi ramah, misalnya tersenyum lebar.
- Pengambilan gambar berupa close-up shot untuk model dan produk.
- Foto produk dapat menggunakan latar polos atau dengan penambahan properti, seperti bunga dan daun, selama masih sesuai dengan big idea yang ditetapkan.
- Menampilkan foto saturated dengan tone yang warm.

Imagery Treatment

Untuk menghasilkan keselarasan antara satu foto dengan yang lainnya, ditetapkan aturan dalam perlakuannya.

¹ Tone Adjustment



Original Photo

Mengambil foto sesuai ketentuan pada halaman sebelumnya.



Adjustments

Pengaturan tone foto dilakukan terhadap contrast, brightness, dan warna, seperti hue & saturation. Selain itu, dapat dilakukan treatment masking pada area yang gelap.



Cropping

Setelahnya, cropping foto dilakukan untuk menghasilkan foto yang lebih close-up sehingga menciptakan kedekatan dan kesan intimate.

Jika diperlukan, treatment background removal dapat dilakukan untuk membuat objek foto tampil lebih menonjol, terutama pada desain media sosial.

² Background Removal



After Tone Adjustments

Melakukan tone adjustments pada foto yang telah diambil sesuai ketentuan.



Background Removal

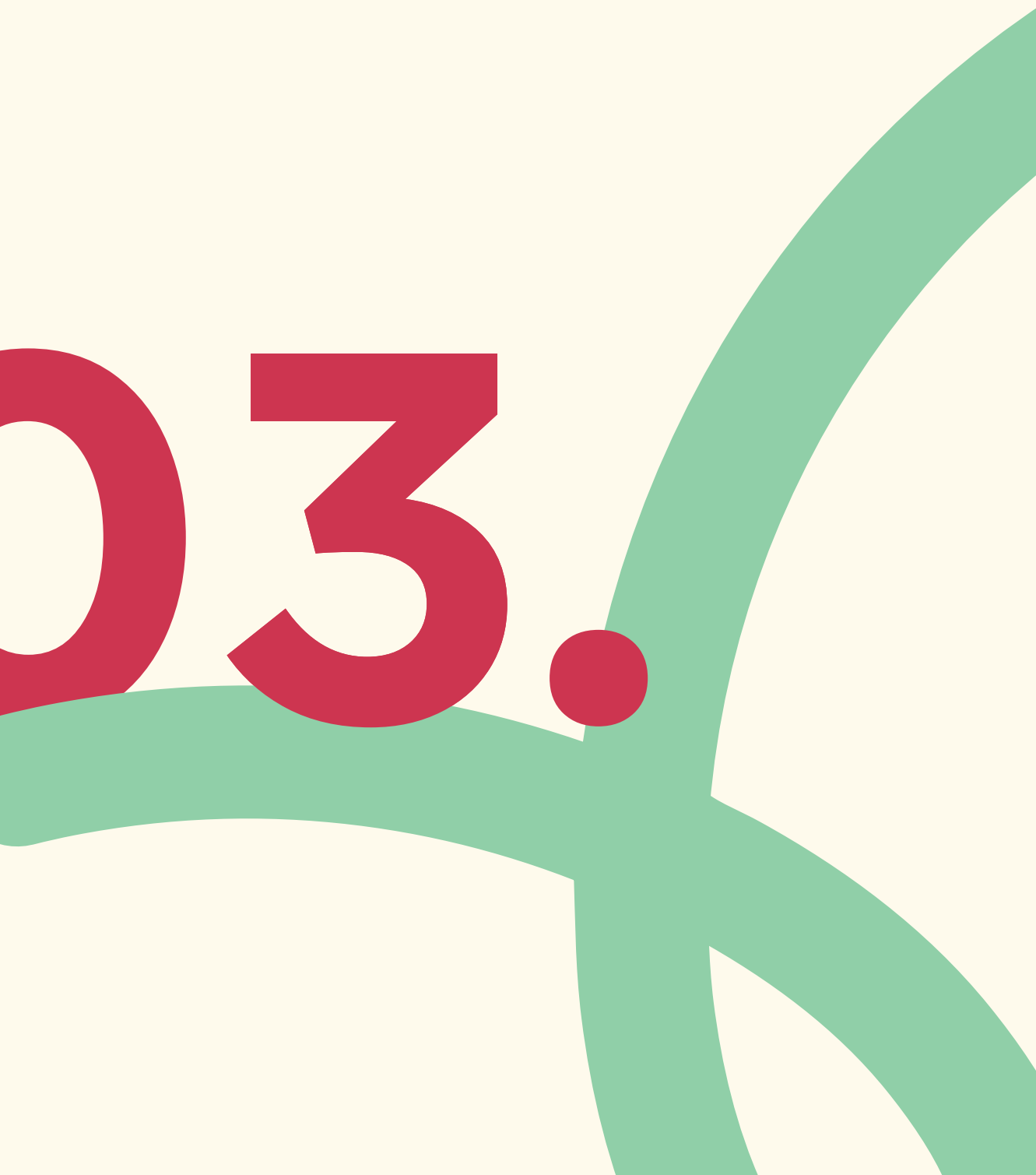
Melakukan treatment remove background untuk menghapus latar pada foto.



Final Design

Foto yang telah diberi treatment remove background disusun pada latar berwarna solid.

03.





Applications

Stationery

Uniform

Packaging

Advertising

Ephemera



Stationery

Business Card

Kartu bisnis merupakan tanda pengenalan seseorang yang berisi nama, kontak, dan alamat, yang diberikan kepada pihak lain untuk mempermudah komunikasi.



Specifications

Ukuran	Bahan
8.9 x 5.1 cm	Art Carton 260 gsm

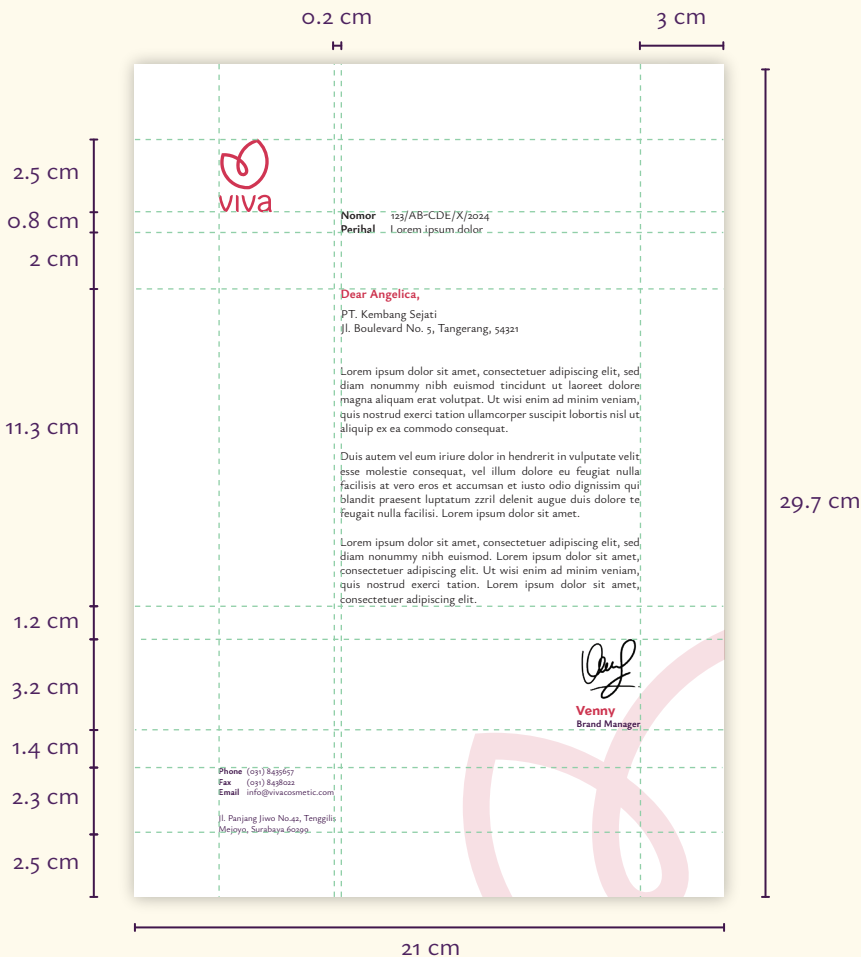
Typeface Setting

Nama Staff	Jabatan Staff	Info Kontak
Geom Bold 21 pt	Ysabeau Bold 6 pt	Ysabeau Bold - Regular 5 pt



Letterhead

Kop surat berfungsi sebagai media komunikasi tertulis antara Viva Cosmetics dengan pihak lain yang berupa dokumen resmi, seperti surat, kontrak, atau proposal.



Specifications

Ukuran	Bahan
A4 21 x 29.7 cm	HVS 100 gsm

Typeface Setting

Nama Penerima

Ysabeau Bold
13 pt

Alamat Penerima

Ysabeau Regular
12 pt

Nama Pengirim

Geom Bold
13 pt

Jabatan Pengirim

Ysabeau Bold
10 pt

Alamat & Kontak

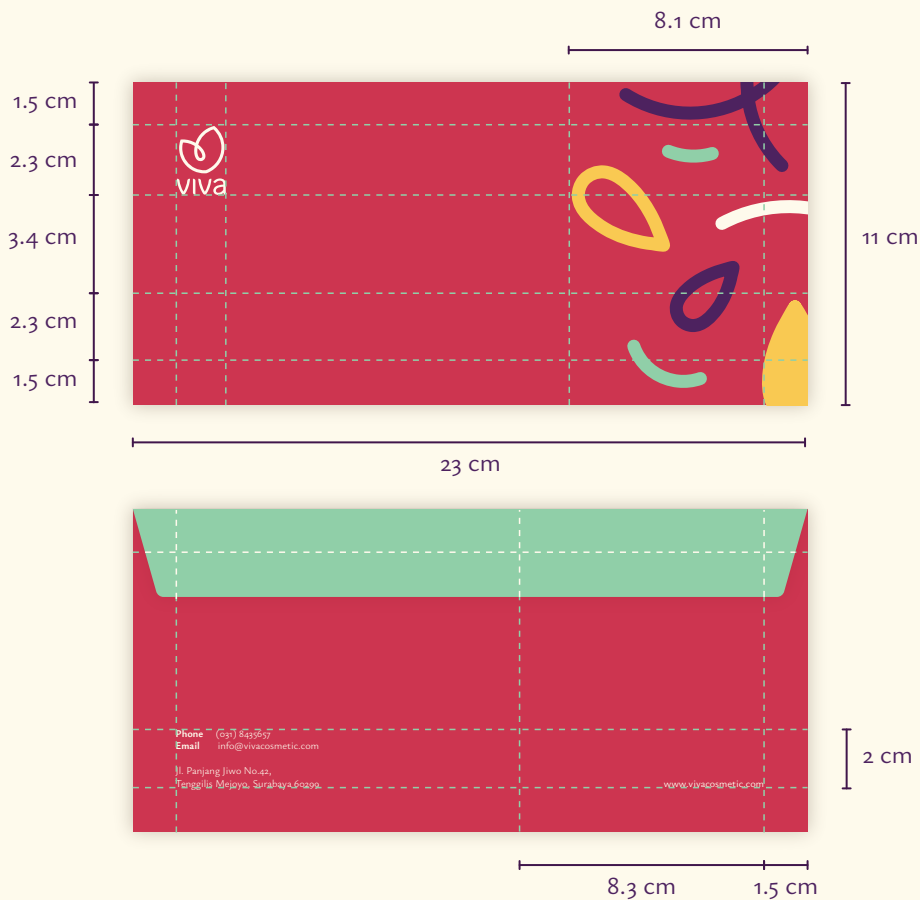
Ysabeau Bold - Regular
10 pt

Body Text

Ysabeau Regular
12 pt | Leading: 14 pt



Envelope



Specifications

Ukuran

23 x 11 cm

Bahan

HVS
100 gsm

Typeface Setting

Alamat

Ysabeau
Regular
10 pt

Kontak

Ysabeau Bold
- Regular
10 pt

Amplop berfungsi mewadahi dokumen atau surat resmi lainnya ketika dikirimkan ke pihak eksternal untuk keperluan komunikasi.

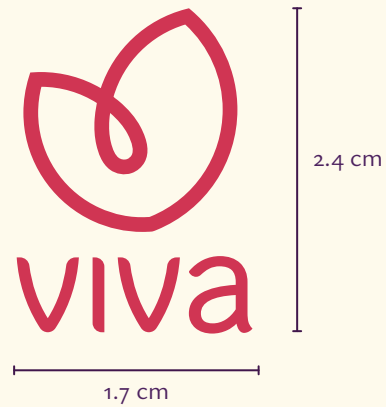


Stamp

Selain memperkuat identitas Viva Cosmetics, stempel juga berfungsi dalam mengesahkan dokumen resmi perusahaan.

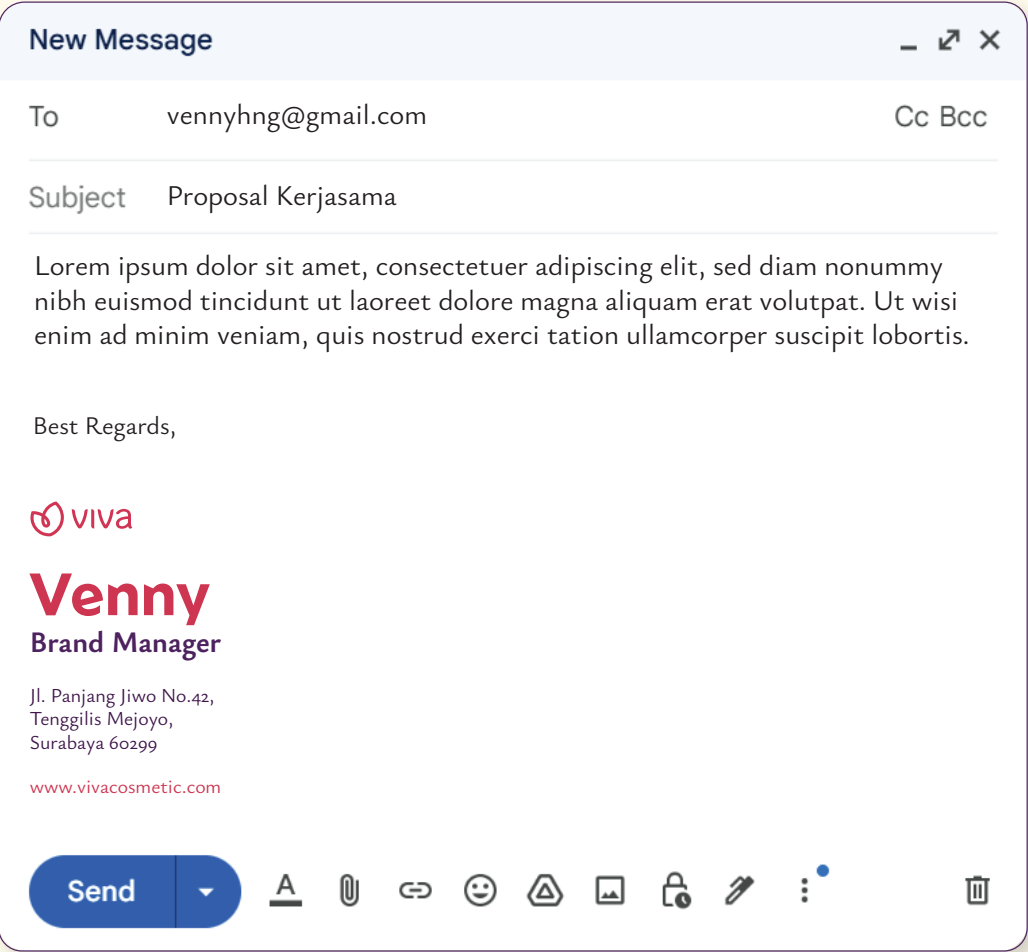
Specifications

Ukuran	Bahan
1.7 x 2.4 cm	Flash Rubber
Warna	Logo
Ink Merah	Primary



Email Signature

Email signature berisi identitas pengirim dan representasi Viva Cosmetics yang digunakan pada akhir email untuk meningkatkan kredibilitas dan profesionalisme.





Uniform

Polo Shirt

Baju seragam digunakan untuk memperkuat identitas Viva Cosmetics dan memudahkan konsumen dalam mengenali karyawan.



Specifications

Ukuran	Bahan	Finishing
XS, S, M, L, XL, XXL	Lacoste Cotton CVC	Embroidery

Lanyard

Lanyard adalah tali untuk menggantung kartu identitas yang digunakan oleh karyawan Viva Cosmetics sebagai pengenalan identitas saat bekerja.



Specifications

Ukuran	Bahan
90 x 2 cm	Polyester Tissue

Identity Card

ID Card dapat membangun rasa kepemilikan dan memudahkan pengenalan antar karyawan di lingkungan kerja.



Specifications

Ukuran
8.6 x 5.4 cm

Bahan
PVC
Finishing
Glossy

Typeface Setting

Nama Staff
Geom Bold
19 pt

Jabatan Staff
Ysabeau Bold
7 pt

Alamat
Ysabeau
Regular
5 pt

Website
Ysabeau
Regular
5 pt





Packaging

Milk Cleanser

Kemasan primer berupa sticker yang ditempelkan secara langsung pada botol lengkung Milk Cleanser Viva Cosmetics.



Specifications

Ukuran	Bahan
9 x 4 cm	Sticker Vinyl Matte

Typeface Setting

Nama Produk	Varian Produk	Info Produk	Info Netto
Geom Bold 15 pt	Ysabeau Bold 8 pt	Ysabeau Bold - Regular 6 pt - 5 pt	Ysabeau Bold 6 pt
Keterangan Icons	Sub-headline	Body Text	Info Perusahaan
Ysabeau Bold 5 pt	Ysabeau Bold 5 pt	Ysabeau Regular 4 pt	Ysabeau Bold - Regular 4 pt





viva

Milk
Cleanser

Bengkoang



Mengandung
ekstrak bengkoang
& sunflower
100 ml

viva

Milk
Cleanser

Lemon



Mengandung
ekstrak lemon
100 ml

viva

Milk
Cleanser

Green Tea



Mengandung
ekstrak green tea &
green tea oil
100 ml

viva

Milk
Cleanser

Spirulina



Mengandung
ekstrak spirulina
100 ml



Face Tonic

Kemasan primer berupa sticker yang ditempelkan secara langsung pada botol lengkung Face Tonic Viva Cosmetics.



Specifications

Ukuran	Bahan
9 x 4 cm	Sticker Vinyl Matte

Typeface Setting

Nama Produk	Varian Produk	Info Produk	Info Netto
Geom Bold 15 pt	Ysabeau Bold 8 pt	Ysabeau Bold - Regular 6 pt - 5 pt	Ysabeau Bold 6 pt
Keterangan Icons	Sub-headline	Body Text	Info Perusahaan
Ysabeau Bold 5 pt	Ysabeau Bold 5 pt	Ysabeau Regular 4 pt	Ysabeau Bold - Regular 4 pt

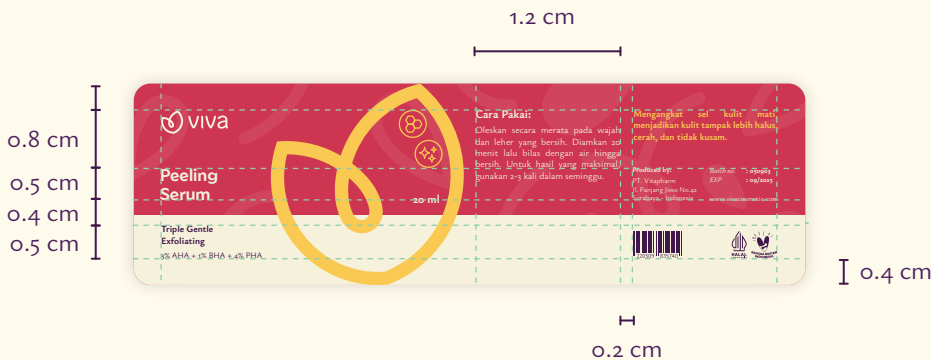






Serum (Primary)

Kemasan primer berupa sticker yang ditempelkan pada botol serum Viva Cosmetics, disesuaikan dengan varian setiap produknya.



Specifications

Ukuran

3 x 10 cm

Bahan

Sticker
Vinyl Matte



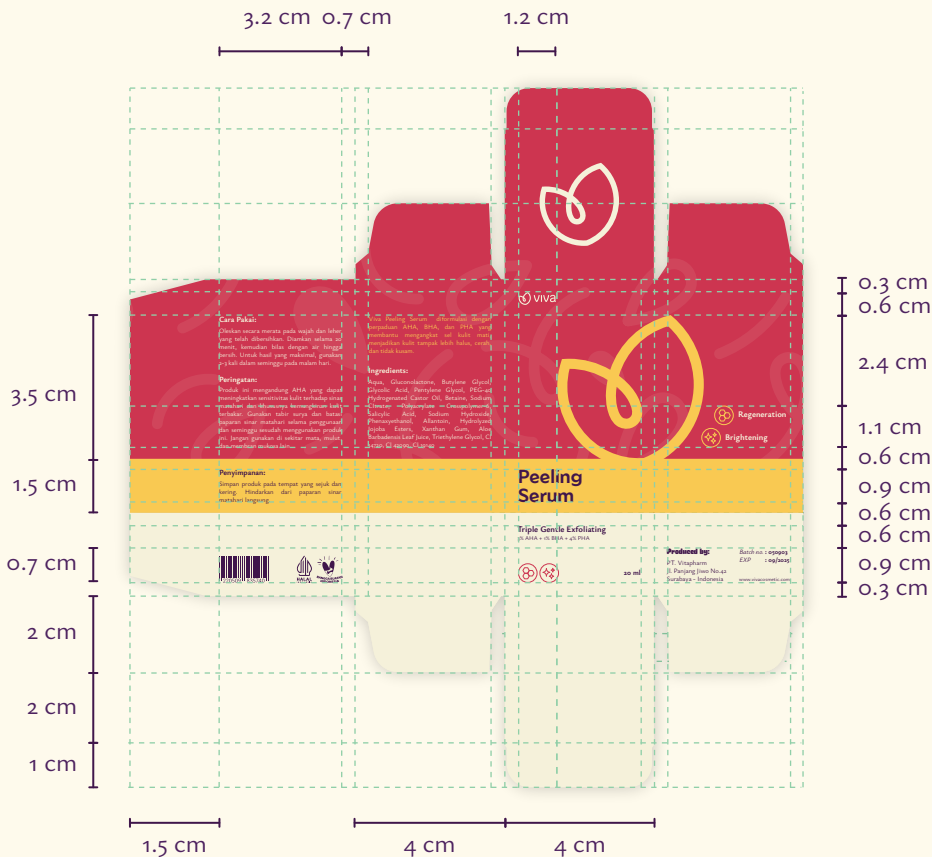


Typeface Setting

Nama Produk	Info Produk
Geom Bold 7 pt	Ysabeau Bold - Regular 4 pt - 3 pt
Info Netto	Sub-headline
Ysabeau Bold 5 pt	Ysabeau Bold 5 pt
Body Text	Info Perusahaan
Ysabeau Regular 4 pt	Ysabeau Bold - Regular 3 pt

Serum (Secondary)

Kemasan sekunder berbentuk box untuk
mewadahi produk serum Viva Cosmetics
yang terdiri atas 4 varian.



Specifications

Ukuran

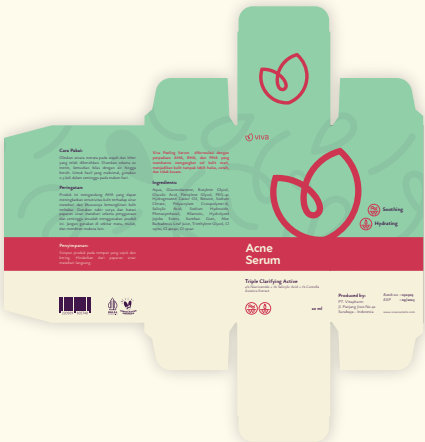
8,5 x 4 cm

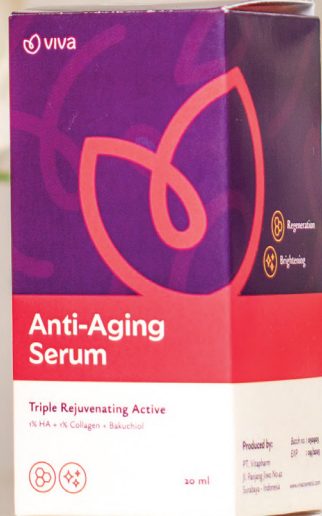
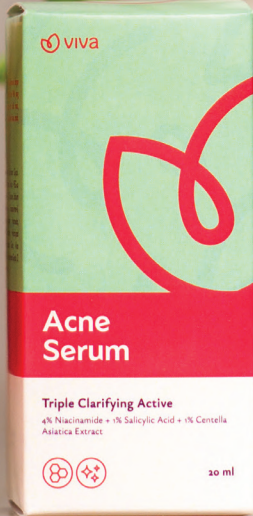
Bahan

Ensocoat
300 gsm

Typeface Setting

Nama Produk	Info Produk	Info Netto	Keterangan Icons
Geom Bold 14 pt	Ysabeau Bold - Regular 6 pt - 5 pt	Ysabeau Bold 7 pt	Ysabeau Bold 6 pt
Sub-headline	Body Text	Info Perusahaan	Info Website
Ysabeau Bold 5 pt	Ysabeau Regular 4 pt	Ysabeau Bold - Regular 4 pt	Ysabeau Regular 4 pt







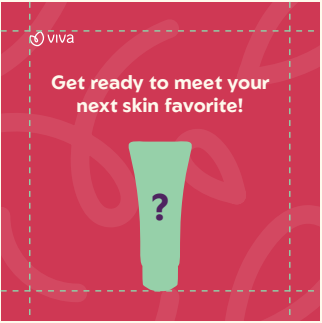


Advertising

Instagram Post

Instagram post berfungsi sebagai media promosi Viva Cosmetics.

100 px



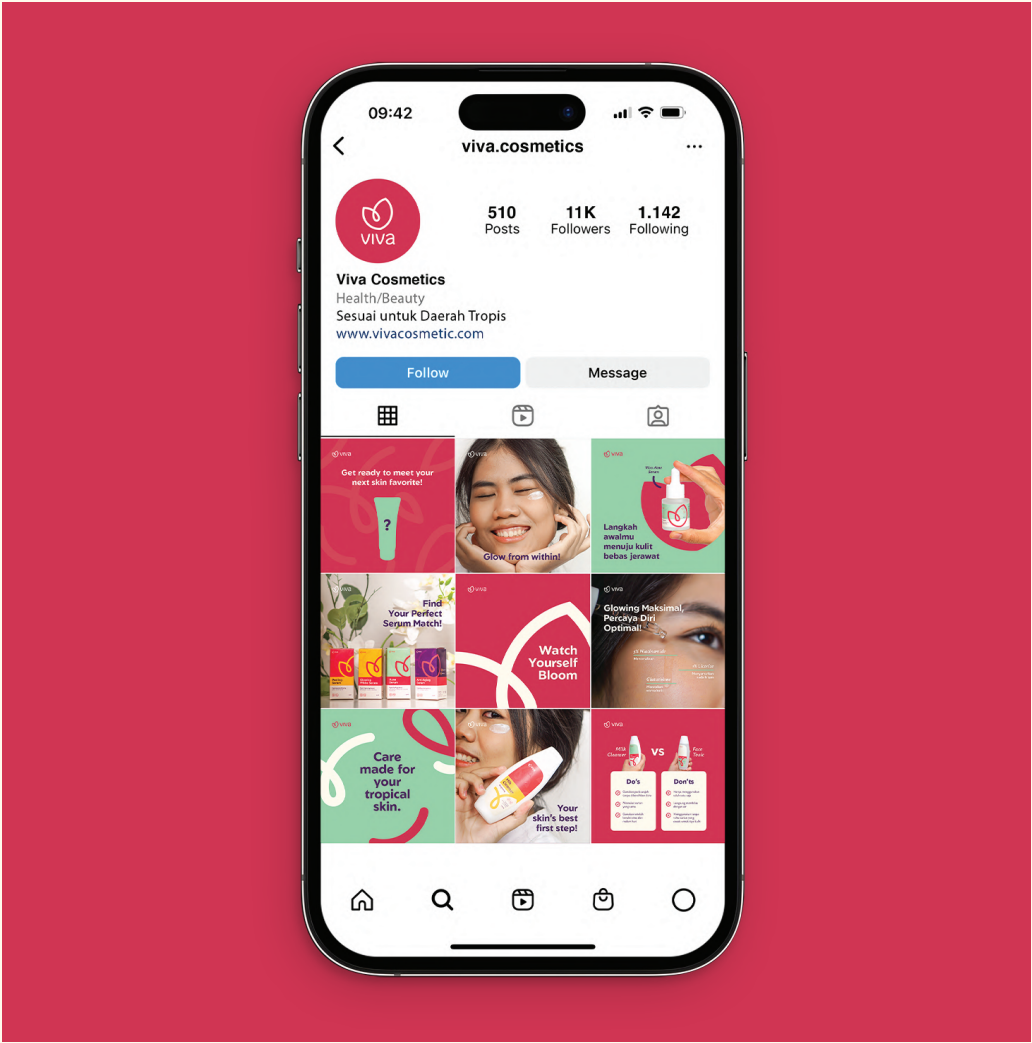
Specifications

Margin

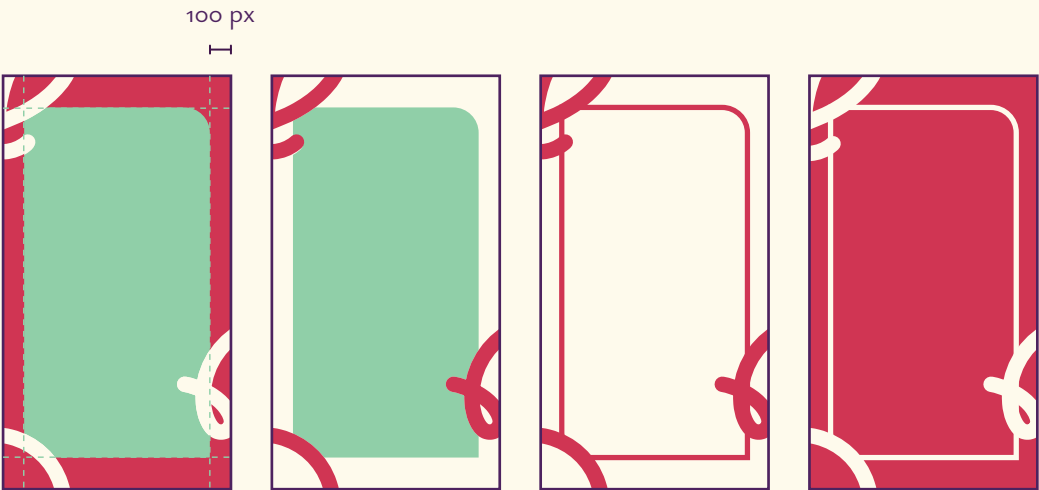
100 px

Ukuran

1080 x 1080 px



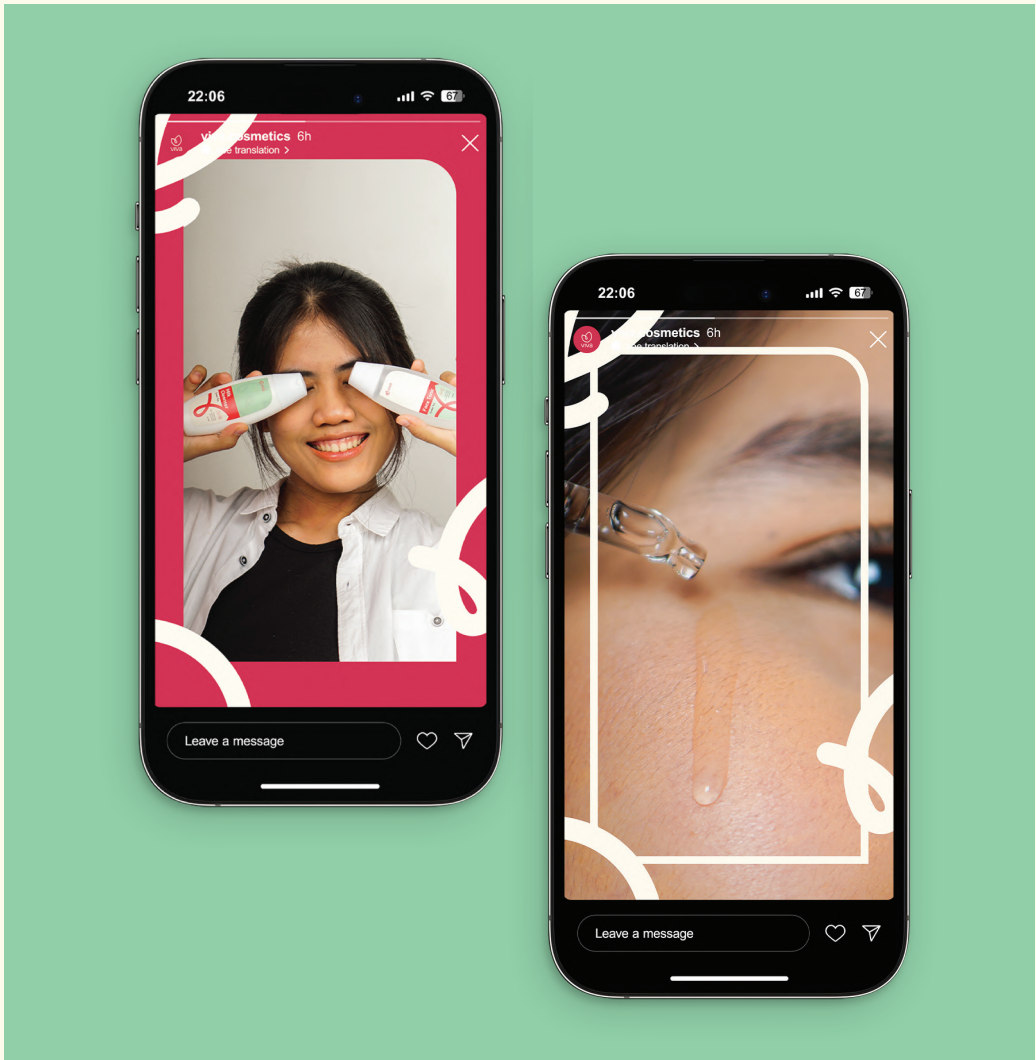
Instagram Story Template



Specifications

Ukuran	Margin
1080 x 1960 px	100 px (left-right) 150 px (top-bottom)

Template Instagram Story digunakan Viva Cosmetics untuk melakukan repost terhadap story konsumen atau dokumentasi.





Ephemera

Compact Mirror & Stickers



Specifications

Cermin

7 x 7 cm

Stickers Sheet

A7
7.4 x 10.5 cm

Cermin lipat merupakan hal esensial dalam rutinitas kecantikan pengguna saat bepergian. Cermin dilengkapi dengan hiasan berupa stickers sehingga dapat terasa lebih personal bagi pengguna.



Face Towel

Handuk wajah dapat digunakan oleh konsumen untuk mengeringkan wajah setelah mencuci muka.



Specifications

Ukuran	Finishing
70 x 30 cm	Embroidery

Shopping Bag

Kantong belanja diberikan kepada konsumen yang berbelanja di outlet offline Viva Cosmetics.



Specifications

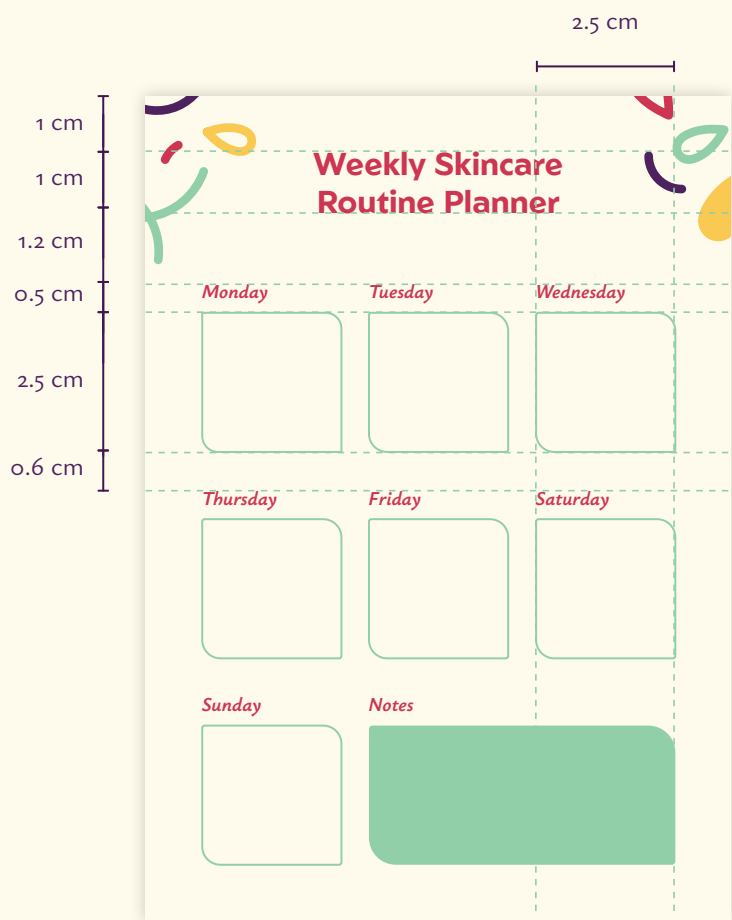
Ukuran

21 x 21 cm

Bahan

Paper Bag

Skincare Routine Planner



Specifications

Ukuran

A6
10.5 x 14.8
cm

Bahan

HVS
100 gsm

Typeface Setting

Headline

Geom Bold
16 pt

Day Labels

Ysabeau
Bold
10 pt

Planner dapat digunakan oleh konsumen untuk merencanakan jadwal perawatan kulit mingguannya.



Travel Pouch

Pouch serut travel size untuk memudahkan konsumen dalam membawa produk perawatan kulit saat bepergian.



Specifications

Ukuran

15 x 25 cm

Bahan

Kain Belacu





Phone (031) 8435657
Email info@vivacosmetic.com
Website www.vivacosmetic.com

Jl. Panjang Jiwo No. 42, Tenggilis
Mejoyo, Surabaya 60299

